如何利用大数据为图书出版指导方向

摘　要：传统图书出版社出版及发行相关图书给对应零售商，实现盈利目的。随着时代的发展，纸质正版图书的销售价格因各种内外因素不断上涨，让部分读者在图书消费方面力不从心，望而却步。而网络小说、电子图书、移动阅读设备等的出现，更使得传统的纸质图书销售情况较不乐观，加之，多元文化及新兴媒体的影响，越来越多的新生代读者倾向于碎片化阅读及网络小说阅读，使得纸质图书以及传统文学的市场份额不断缩小。大数据时代所体现出来的预测特性，让传统图书出版业可以利用大数据，来提前了解市场需求，从而有的放矢地出版相关图书，保障图书的销售量。本文从大数据时代图书消费市场的现状出发，对大数据指导传统图书出版社发行书籍提出了相应的措施，以期研究结果能为传统图书出版社提供一定的指导性建议。

关键词：大数据；图书出版；指导；方向

中图分类号：G230　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）06-085-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.06.024

■文 / 潘昱含

前言

众所周知，大数据的核心价值在于预测能力。而预测结果越准确，越能帮助组织未雨绸缪，抢先抓住先机，准确把握市场，有的放矢地规划经营。信息时代的来临，使得各个传统行业在不知不觉中失去了一部分市场，传统图书出版行业在各大网络小说、电视媒体、新兴媒体等冲击下，纸质书籍的销售受到了一定程度的影响，部分传统图书出版行业在顺应时代的发展中，也开始采取与各种电商平台、网络阅读平台等，以多种合作模式进行电子书籍的销售。如今，在信息爆炸时代，各种网络小说、微信文章、博客文章等，使得文学领域的作品信息过剩，同时，部分媒体的引导也使得新生代读者更加倾向于“仙侠类”“豪门类”“爱情类”小说的阅读。新时期的传统文学作品在各零售商店的书架上无人问津，给传统图书出版社的经营带来了诸多消极影响。利用大数据把握时代潮流，又不失图书出版倡导发扬优秀文学的重任，为图书出版社在新时期新常态下探寻出版方向。

1. 大数据时代出版业的出版现状分析

1.1 对市场缺乏精确把握，出版品种盲目性扩张

据国家新闻出版广电总局 2016 年年底所发布的 2015 年《全国新闻出版业基本情况》统计来看，我国国内每年出版的图书种类均呈现稳步增长的趋势，2015 年全国出版图书共 475768 种，总印数 86.62 亿册，总印张 743.19 亿印张。图书品种同比增长 6.1%，总印数同比增长 5.84%，总印张增长 5.53%。在不断增长的图书出版册数背后，一方面体现出了出版业为读者创造出了更加广泛的选择权利，另一方面也体现出了出版业图书严重产能过剩的局面。长期以来，传统图书出版业在供应链落后和信息不透明的情况下，对市场需求的把握度低，在难以准确掌握市场需求的情况下，只有采取横向扩张增加图书出版品种的方式，来地毯式覆盖读者的消费需求，从而造成大量的图书库存积压，图书生命周期短，以及非理性的业务循环模式，给图书出版业造成了大量的资源浪费[1]。

1.2 创新型小说持续发热，作品 IP 价值持续延展

近几年，出版业与影视等行业联手，打造新的出版市场成为了新潮流。随着小说开始在网络阅读平台上积聚人气，小说的 IP 价值也开始被各大影视行业、游戏行业所发掘，根据热门小说改编的影视、动漫和手游作品不断增多，其中所创造出来的经济价值更是十分可观。而当小说被改编成各种影视作品和手游作品后，作者出版作品的销售量便会得到很大的提高。著名作家严歌苓曾在央视某演讲节目中表示，其作品《金陵十三钗》《陆犯焉识》等，在被拍成影视作品后，其书籍作品的销售量会在短时间内收到较好的销售效果。影视与出版之间的关系是相辅相成，对于出版业而言，将出版延伸到影视领域，获得比书籍销售更为可观的利益，是出版业的良好选择。而如何才能降低出版投资影视的资金风险，则需要大数据信息作决策参考。

1.3 出版书籍盲目跟风热，劣币驱逐良币现象多

传统优秀文学作品的有限性，使得读者在学生阶段便可全部读完，现代文学中所出现的缺乏“高峰”现象，使得读者在面对海量的平平作品时，缺乏阅读欲。而这种现象又促使但凡出现一部热捧文学作品，便会受到海量读者的热力追捧，出版业面对这种阅读现状，往往会出现盲目跟风现象，

仙侠类小说火了，便出版各类仙侠类小说，《水煮三国》火了，便出版各种“三国”书籍。蜂拥而至的出版模式，使得读者面对各类同质化小说，不知所措，难以抉择，造成真正有价值的书籍被埋没在茫茫书海中，让读者在花费大量的精力搜索相关书籍时，往往会造成信息过载，错失优秀作品。进而使读者进入对购买书籍失望，从而降低书籍购买欲的恶性循环中，也间接造成劣币驱逐良币现象，给出版业和作者造成较大的负面影响[2]。

2. 大数据如何指导传统图书出版社出版书籍

2.1 利用平台收集读者心声，分析大数据结果引导出版

为了更加准确地了解读者需求，根据读者需求按需出版书籍，是保障图书出版有章有序，规避书籍积压、产能过剩的有力措施。传统图书出版社可以利用微信公众号、现场问卷调查、网站调查平台等多渠道，收集广大读者对某一类型书籍的兴趣和意见。在收集海量的读者意见和建议后，利用大数据分析方法，对这些海量的信息内容进行分类整理和分析研究，从信息中归纳总结出有效信息，了解某些书籍为什么畅销，而某些书籍为什么滞销，在大数据提供的数据基础上，了解原因后，及时调整出版方向，根据市场按需出版[3]。

2.2 利用大数据挖掘题材，再将题材转化为图书

在这个出版阅读越来越少，碎片化阅读越来越多的时代，图书出版的题材需要利用大数据，先收集具有庞大阅读基础的题材，这些题材原本拥有相当数量的读者群，这意味着这类题材是当下读者较为感兴趣，会激发他们阅读欲的题材。以书籍《400 次》为例，这本书本是讲述女性生理周期知识的书籍，从常识上讲，这类书籍本身具有一定的实用价值，会吸引一定数量的读者，而这本书的产生则正是基于某专业社区平台中的大数据信息所著。一是该平台上的大数据显示读者对这类信息有所需求，二是该平台上还收集了许多专业的生理知识，给书籍创造了海量的写作素材和依据。从而使得该书出版后能在各线上线下平台上上架销售。这种依据大数据所显示的具有庞大阅读基础的题材，所转化成的图书，本身具有相当大的读者基础，这便可以直接促进该书的销售[4]。

2.3 用电子书销售数据，指导纸质书籍出版

海量的书籍以及参差不齐的作品质量，使得读者在购买书籍时难以准确选择优秀的、符合自己需求的书籍，在纸质书籍的价格不断攀升的情况下，购买纸质书籍成为了部分读者日常支出中的一笔经济负担。尽管当前碎片化阅读和电子阅读成为了一种趋势，但是对于一些爱书之人而言，纸质书籍相比电子书籍具有更好的收藏价值和品读价值，他们仍然会不吝金钱，购买具有品质感的纸质书籍。而出版社要保障所出版的纸质书籍深受读者喜爱，保障纸质书籍不被积压，则可以以电子书籍的销售大数据作为基础，来按需出版纸质书籍。

2.4 收集读者阅读意见，指导出版影视合作

新时期根据小说改编成影视作品，或根据影视作品改编成小说，已成为出版业发展的新模式。图书出版社应及时利用信息系统和网络平台，收集某图书销售数据，发起图书讨论专区，了解读者阅读意见，了解读者对作品改编成影视剧的热度，了解读者对作品改编成影视作品的演员人选，从而积极建立图书影视联动效应，以图书获得影视利益，以影视推动图书销售。相反，在影视改编成小说的过程中，也可以按照此种方法进行信息收集与改编，从而保障一定基础的读者量，保障书籍的畅销度。

3. 结束语

综上所述，在出版行业中所沉淀下来的文学精品，主要为民国及以前时期的文学作品和现代部分获奖优秀文学作品。现代作品质量的参差不齐和同质化严重的现象，使得图书出版社要保障所出版书籍能够得到畅销，并避免大量积压和产能过剩，必须采用大数据信息来引导图书出版社按照市场需求合理出版，从而使得传统图书出版社在现代化阅读习惯以及越来越少的纸质书籍购买现象中，能够继续盈利，保障出版社能够健康稳定地发展下去。媒

参考文献

[1] 国家新闻出版广电总局 . 全国新闻出版业基本情况，2015.

[2] 杨金花 . 大数据在图书选题判断中的应用 [J]. 出版发行研究，2016（9）：65.

[3] 雷鸣，张钰婷 . 大数据在学术图书按需出版中的运用 [J] 出版发行研究，2015（11）：111.

[4] 光明日报，浅谈大数据在出版业的应用 [N]. 光明日报，2016-10-9.

（作者单位：贵州教育出版社）